

DAFTAR PUSTAKA

- Aniek Wahyuati. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen2, 5(5), 1–18.
- Amalia Hudani, *Enterpreneurship Bisnis manajemen Akuntansi*, Vol, 01, No. 02, 2020, H. 89
- Aqmarina, Shabrina. 2016. “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Dan 2014 Konsumen Produk Kosmetik Wardah).” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 39 (2): 1–10
- Arief, M. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Kosmetik Pria Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya (Studi Kasus pada Mahasiwa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)*. Universitas Brawijaya
- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 5(3), 255237.
- Buchari, A. H. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Baker, Ahmad. 2015. *On Islamic Branding: Brands as Good Deeds*. *On Journal of Islamic Marketing*. Vol 1. No. 2. Pp: 101-106
- Cholifah, N., & Hidayat, K. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 170-177.
- Faizah, H., & Masreviastuti, M. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 325-328.
- Choirunisa, Sukma, (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Pada Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Pada Kosmetik Wardah*”. Universitas Negeri Semarang.
- Detri Agustina, *Pengaruh Islami Branding dan Peroduk Ingredients Terhadap Minat Beli Produk HNI-HVAI*, 2020 H. 26

- Dewi, R. N. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4, 2019), 414.
- Dewi, Suardana, & Satriawan. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Mataram)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM.
- Eka Rahayuningsih, M, Lathoif Gajali, *Sertifikasi Produk Halal dalam Perseptif masyarakat Mursalah*. Vol, 7 No. 01 2021,
- Elok Fitriya, “*Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk*”, *JIAI-Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, Vol. 2, No. 1, April 2017, hlm. 31-41.
- Falanil Muftih, *Analisis Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Pembelian Implusif pada Binjai Supermall*, Vol, III, No. 2 2018 H. 270
- Faizah, H., & Masreviastuti, M. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 325-328.
- Fitriya, E. (2017). *Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk*, 2(1), 31–41.
- Kolter Amstong, *Pemasaran* 2016, hal. 188
- Kotler Kaler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke 12, Jilid 1, Hal. 234-237
- Hanik Saadah, *Pengaruh Gaya Hidup, Brand Awareness dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Tahun Angkatan Tahun 2013/2014 2014/2015)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Semarang:UIN Walisongo,2016, h.87
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswa*. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11.
- Heda, N. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus pada Merek Clear)*. In Skripsi.
- <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>

Iqbal Hasan, *Pokok Poko Materi Statistik2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012) h. 225

Mubarak, N., DH, A. F., & Nuralam, I. P. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Produk Erigo Jakarta melalui Instagram)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 62(1), 18–25.

Muhamad Ali Gunamawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* (yogyakarta : Parama Publisng, 2015), h. 67

Mangkunegara (2017) . *Pengaruh Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Merk Lg Pada Toko Citra Merk Elektronik Luwuk*

Nasrullah, Muhamad. (2015). *Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*. Jurnal Hukum Islam (JHI), Volume 13.

Novianti, T. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(2018), 43–50.

Nurdin Arianto dan Giovanni. 2020. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*

Nurul Luthfiani Pamungkas, Ibdalsyah, dan Retno Triwoelandari (2021) . *Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah*

Priyono, D. E. (2015). *The Effect of Celebrity Endorsement, Trust, Brand Image on Purchase Intention of Maybelline Cosmetic in Surabaya*. Perbanas.

Premi Wahyu Widyaningrum, (2016), *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo*

Ramadhani, F. 2019. *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin.

- Rossiter (2016). *Foodstagram Endorsement and Buying Interest in Cafe/Restaurant*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 18(2), 100–110.
- Salaka, Ester Pradina, (2019), *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Kota Semarang*. Undergraduate thesis, Faculty of Social and Political Science.
- Sari, Septi Dwi Kurnia. Dkk. (2019). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser dan Promotion diMedia Sosial Instagram yang dimediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Princess Fasion Malang)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol.3 No.8.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk.2021. *Customer Behavior. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-hall,1nc
- Setiadi, N. (2019). *Perilaku Konsumen: Persektif Kontemporer Pada Motif,Tujuan, Dan Kenginan Konsumen* (Edisi Revi). Kencana Prenada Media Group.
- Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. (2018). *Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui*
- Sutama, E Lisa. JSMA (*Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi*) 10 (1), 21-39, 2018. 369, 2018.
- Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran dan Café di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2)..
- Sugiono *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2016, h. 7-9c
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019) . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit CV Alfabet.
- Wiratna Sujawerni *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (yogyakarta: Pt Pustaka Baru, 2015), h, 225
- Yuliana, pramudi riski. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi*. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 280–301.